

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Medienmitteilung

Zahlen Jahresabschluss 2021

Schweiter steigert den Umsatz und erreicht das zweitbeste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte

Steinhausen, 4. März 2022 – Schweiter Technologies vermochte in einem herausfordernden Geschäftsumfeld den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nochmals zu steigern. Auch wenn sich das Betriebsergebnis gegenüber der ausserordentlich hohen Vergleichsbasis leicht reduzierte, wurde das zweitbeste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte erzielt.

Der Nettoumsatz erhöhte sich auf CHF 1'226.9 Mio. (Vorjahr: CHF 1'160.2 Mio.), was einem Zuwachs von 6% entspricht (5% in lokalen Währungen). Beeinflusst durch die verzögerte Weitergabe höherer Kosten für Rohmaterialien, Energie und Transport sowie einmaliger Integrationsaufwendungen für das im Vorjahr übernommene Foamboard-Geschäft von Newell reduzierte sich der EBITDA der Gruppe um 14% auf CHF 151.5 Mio. (Vorjahr: CHF 175.7 Mio.), was einer Umsatzrentabilität von 12.3% entspricht. Der EBIT reduzierte sich auf CHF 111.3 Mio. (Vorjahr: CHF 137.6 Mio.) und der Reingewinn auf CHF 84.4 Mio. (Vorjahr: CHF 103.5 Mio.).

Die liquiden Mittel betragen per Jahresende rund CHF 123 Mio. und der Eigenfinanzierungsgrad knapp 70%. Der Generalversammlung vom 6. April 2022 wird die Ausschüttung einer Dividende von CHF 40 je Inhaberaktie vorgeschlagen.

Die Medienkonferenz findet heute um 11.00 Uhr im Hotel Marriott, Neumühlequai 42, in Zürich statt.

Der Geschäftsbericht 2021 und die Investorenpräsentation können abgerufen werden unter: <http://www.schweiter.ch/s1a200/investoren/geschäftsberichte-präsentationen.html>

Für weitere Informationen:

Martin Klöti, CFO

Tel. +41 41 757 77 00, Fax +41 41 757 70 01, martin.kloeti@schweiter.com

Kennzahlen

Schweiter Technologies Gruppe (in Mio. CHF)	2021	2020	+ / -
Nettoumsatz	1'226.9	1'160.2	+6%
EBITDA	151.5	175.7	-14%
<i>in % vom Nettoumsatz</i>	<i>12.3%</i>	<i>15.1%</i>	
EBIT	111.3	137.6	-19%
Reingewinn	84.4	103.5	-18%

Geschäftsverlauf

Die Produkte von Schweiter Technologies erfreuten sich auch in 2021 einer äusserst starken Nachfrage. Umsatzseitig erzielte die Gruppe das beste Resultat der Firmengeschichte und ergebnisseitig wurde - nach einem ausserordentlich profitablen Vorjahr - das zweitbeste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte erreicht. Insbesondere die erste Jahreshälfte zeichnete sich durch ein kräftiges Umsatz- und Ergebniswachstum aus. In der zweiten Jahreshälfte schwächte sich der Bedarf an Kernmaterialien für die Windenergiebranche in China und den USA ab. Demgegenüber florierten die Umsätze mit Produkten für den amerikanischen Display-, Architektur- und Marinemarkt und erreichten neue Bestmarken.

Zu den grössten Herausforderungen im Geschäftsjahr 2021 gehörten einerseits die Einhaltung der Liefertermine angesichts einer eingeschränkten Verfügbarkeit von bestimmten Rohmaterialien und markanter Engpässe bei diversen Zuliefer- und Transportunternehmen. Andererseits gestaltete sich die Steuerung der Produktion aufgrund von Projektverzögerungen auf Kundenseite als sehr herausfordernd. Trotz Lieferengpässen von bestimmten Rohmaterialien und begrenzten Transportkapazitäten wurde das

Lieferanten- und Lagermanagement erfolgreich aufrechterhalten und damit eine hohe Produktverfügbarkeit gewährleistet. Die zum Teil deutlich gestiegenen Rohmaterial-, Energie- und Transportkosten konnten mit Ausnahme der Display-Produkte in den USA mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung durch Preiserhöhungen kompensiert werden.

Display

Das europäische Displaygeschäft wuchs in 2021 moderat und profitierte von einer wieder zunehmenden Nachfrage in den Bereichen Digital Printing und Shop Design, während sich der Bedarf nach transparenten Platten, welche im Vorjahr besonders als Infektionsschutzwände gefragt waren, normalisierte.

Demgegenüber realisierte das amerikanische Displaygeschäft einen markanten Umsatzsprung von rund 50% im Vergleich zum Vorjahr. Traditionelle Anwendungen wie Werbung und Interior Design profitierten deutlich von den Nachholeffekten nach den COVID-19 bedingten Einschränkungen. Zusätzlich trug das im Vorjahr erworbene und inzwischen vollständig integrierte Foamboard-Geschäft von Newell Brands Inc. zum Umsatzwachstum bei.

Die sprunghaft angestiegenen Rohmaterial-, Energie- und Transportkosten führten trotz hoher Auslastung und laufend erfolgter Verkaufspreiserhöhungen zu einer temporär tieferen Profitabilität. Einmalige Integrationskosten für das von Newell Brands Inc. akquirierte Foamboard-Geschäft belasteten das Ergebnis der Berichtsperiode zusätzlich.

Architektur

Das Architekturgeschäft verbuchte insgesamt ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2021. Das europäische Baugewerbe verzeichnete eine rasche Erholung von dem pandemiebedingten Rückgang im Vorjahr und so erzielte der Geschäftsbereich ein prozentual knapp zweistelliges Umsatzwachstum in Europa. Laufende Anpassungen der Verkaufspreise vor dem Hintergrund stark angestiegener Aluminiumnotierungen führten zu einer positiven Entwicklung der Profitabilität.

Das Architekturgeschäft in den USA setzte seinen vor zwei Jahren begonnenen Wachstumspfad fort. Mit einem Umsatzsprung von über +30% und einer überproportionalen Steigerung der Profitabilität in 2021 übertraf das nordamerikanische Architekturgeschäft zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte sowohl den Umsatz wie auch das Ergebnis des europäischen Architekturgeschäftes.

Das asiatische Architekturgeschäft war in vielen Ländern von starken Kontakteinschränkungen, Baustellenschliessungen und Projektverschiebungen geprägt. Den-

noch konnte der Geschäftsbereich aufgrund einer gut gefüllten Projektpipeline den Umsatz moderat gegenüber dem Vorjahr steigern. Demgegenüber wirkten sich die markant angestiegenen Einkaufskosten für Aluminium und andere Rohmaterialien sowie ein veränderter Produktmix dämpfend auf die Profitabilität aus.

Kernmaterialien

Das Geschäft mit Kernmaterialien blickt auf ein zweigeteiltes Geschäftsjahr zurück. Das erste Halbjahr war durch eine solide Nachfrage seitens der Windenergie- und Marinekunden kombiniert mit einer guten Auslastung der Produktionsstandorte geprägt. In der zweiten Jahreshälfte schwächte sich die Nachfrage für Windrotorblätter im Vergleich zur sehr starken Vorjahresperiode ab. Auf der anderen Seite konnte der Umsatz im Bereich Non-Wind aufgrund einer rekordhohen Nachfrage im US-Marinemarkt prozentual zweistellig gesteigert werden.

Die weiterhin angespannten Lieferketten, Rohmaterialpreissteigerungen sowie Geschäftsunterbrechungen im Zusammenhang mit der Bekämpfung der COVID-19 Pandemie waren zusätzliche Herausforderungen, die sich insbesondere im zweiten Halbjahr bemerkbar machten. Nichtsdestotrotz erreichte der Geschäftsbereich nach dem Rekordjahr 2020 umsatz- und ergebnisseitig das zweitbeste Geschäftsjahr der Geschichte und behauptete klar die führende Position bei PET und Balsa.

Transport

Der Geschäftsbereich Transport war durch kundenseitige Produktionsunterbrüche und Projektverschiebungen herausgefordert. Andererseits wurden erste Signale einer bevorstehenden Markterholung wahrgenommen. Während der Umsatz in 2021 in etwa auf Vorjahresniveau lag, hat sich der Auftragsbestand - insbesondere im Marktsegment Rail Vehicles - signifikant verbessert. Demgegenüber war das Marktsegment Road Vehicles - und hier insbesondere das Geschäft mit Reisebusherstellern - nach wie vor von der aktuellen Krise betroffen. Das Ergebnis 2021 wurde durch markant höhere Material- und Energiepreise sowie durch Anlaufkosten für neue Projekte belastet. Die Kostensteigerungen konnten nur teilweise an den Markt weitergegeben werden. Um die negativen Auswirkungen auf die Profitabilität zu limitieren wurden operative Abläufe optimiert und weitere Kostensparmassnahmen ergriffen.

Ausblick

3A Composites ist solide in das neue Geschäftsjahr gestartet. Aufgrund der aktuellen politischen Situation ist allerdings jede Vorausschau mit erheblicher Unsicherheit belastet.

Die Konjunkturprognosen für Europa und die USA sagen für das Jahr 2022 ein weiteres Wachstum voraus. Nach Monaten der Pandemiebeschränkung ist das Bedürfnis an Einkaufserlebnissen in Geschäften und an Restaurantbesuchen wieder deutlich zu spüren. Diese Entwicklung sollte die Nach-

frage nach den hochwertigen Displayprodukten von 3A Composites erhöhen. Zudem wird erwartet, dass sich die Nachfrage nach Produkten für den Messebau schrittweise erholen wird.

Der Geschäftsbereich Architektur prognostiziert weiter steigende Umsätze in 2022, welche durch die anhaltend hohe Bautätigkeit in Europa sowie von Aufholeffekten aus verzögerten und verschobenen Bauprojekten in Asien unterstützt werden. Auch für den nordamerikanischen Markt wird mit einem anhaltenden Umsatzwachstum gerechnet - trotz einer pandemiebedingten Lücke beim Beginn von neuen Bauprojekten.

Der Geschäftsbereich Kernmaterialien erwartet ab dem 2. Quartal insbesondere in China eine Zunahme der Nachfrage. Auch die mittel- und langfristigen Perspektiven für das Geschäft mit Windenergiekunden bleiben positiv. Gewichtssparende Lösungen für Anwendungen im Bootsbau, dem Bauwesen und in der Industrie eröffnen weitere Wachstumsmöglichkeiten für den Geschäftsbereich.

Im Bereich Transport dürfte die Nachfrage nach Leichtbau-Lösungen, insbesondere für Schienen- und Busfahrzeugen, weiterhin hoch bleiben und weiteres Wachstum ermöglichen.

Erster Nachhaltigkeitsbericht nach GRI

Mit seiner Geschäftstätigkeit leistet Schweiter Technologies in vielfacher Hinsicht einen Beitrag für eine nachhaltige Zukunft. Die Leichtbauweise der Schweiter Produkte trägt dazu bei, den Energie- und Materialeinsatz in ihrer Anwendung zu senken und damit auch den CO₂-Ausstoss zu reduzieren. Soziale Nachhaltigkeit beinhaltet für Schweiter Technologies nicht nur die Übernahme der sozialen Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden und Standortgemeinden, sondern auch gegenüber Partnern in der Lieferkette und die Unterstützung von sozialen Partnerschaftsprojekten. Basis dafür sind eine gute Governance und faire Geschäftspraktiken. Im Berichtsjahr hat Schweiter Technologies wesentliche Nachhaltigkeits- oder ESG-Themen identifiziert, bei denen das Unternehmen am meisten bewirken kann. Erstmals berichtet Schweiter umfassend zu diesen Themen und setzt dabei die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) um.

Generalversammlung

Neben den Investitionen in die organische und akquisitorische Entwicklung der Gruppe soll weiterhin eine attraktive Dividende ausgeschüttet werden. Dabei richtet sich die Ausschüttungsquote neben der Höhe der geplanten Investitionen auch nach dem angestrebten Verhältnis von Eigen- zu Fremdfinanzierung. Der Generalversammlung wird die Ausschüttung einer unveränderten Dividende von CHF 40 je Inhaberaktie vorge-

schlagen, was insgesamt einem Betrag von rund CHF 57 Mio. entspricht.

Veränderungen in der Geschäftsleitung

Wie bereits kommuniziert wird Heinz Baumgartner auf eigenen Wunsch von seiner Funktion als CEO zurücktreten, verbleibt jedoch Mitglied des Verwaltungsrats.

Roman Sonderegger wird als zukünftiger CEO per 1. Mai 2022 in das Unternehmen eintreten und nach einer Einführungsphase die Aufgaben und Funktion von seinem Vorgänger übernehmen.